

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan dari laporan akhir ini dengan data yang penulis dapatkan, yaitu:

1. Variabel Kesegaran ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} 1,619 < t_{tabel} 1,979$ . Variabel Tampilan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} -739 < t_{tabel} 1,979$ . Variabel Rasa ( $X_3$ ) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} 2,430 > t_{tabel} 1,979$ . Variabel Inovasi ( $X_4$ ) tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} 1,581 < t_{tabel} 1,979$ .
2. Hasil uji  $f$ ,  $f_{hitung}$  dari variabel Kesegaran, Tampilan, Rasa, dan Inovasi adalah  $f_{hitung} 4,005 > f_{tabel} 2,45$ , artinya variabel Kesegaran, Tampilan, Rasa, dan Inovasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Warung Sate Suramadu. Persamaan regresi dari hasil penelitian ini adalah  $Y = 12,134 + 0,155X_1 - 0,078X_2 + 0,231X_3 + 0,150X_4 + e$ .
3. Variabel yang paling dominan yaitu variabel rasa ( $X_3$ ) dengan nilai  $t_{hitung} 2,430 > t_{tabel} 1,979$  artinya variabel rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warung Sate Suramadu.

#### **5.2 Saran**

Penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk variabel kesegaran penulis menyarankan agar perusahaan lebih memperhatikan kualitas daging atau bahan yang digunakan dan juga menjaga kesegarannya. Untuk variabel tampilan penulis menyarankan agar perusahaan lebih meningkatkan tampilan pada produknya misalnya diatas piring disediakan daun pisang dan juga pada kemasanya ditambahkan label Warung Sate Suramadu. Untuk variabel rasa penulis menyarankan agar Warung Sate Suramadu

2. tetap menjaga cita rasa yang sudah ada bahkan ditingkatkan agar kepuasan konsumen semakin meningkat. Variabel inovasi penulis memberikan saran agar Warung Sate Suramadu meningkatkan inovasi masakan baru.
3. Variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu variabel rasa karena menurut pengamatan penulis bahwa Warung Sate Suramadu memang memiliki nilai jual pada rasa produknya yang tidak pernah berubah dari dulu.
4. Penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya yang meneliti Warung Sate Suramadu agar menambahkan variabel lain yang belum diteliti pada penelitian ini.